

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah penulis jelaskan pada bab- bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari Karya Ilmiah ini, yaitu:

Dalam memasarkan produknya Amarilys Garden melakukan beberapa jenis strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan oleh Amarilys Garden antara lain adalah iklan, publisitas, dan *personal selling*.

Amarilys Garden melakukan iklan melalui radio sonora fm yang dilakukan 2 (dua) kali dalam seminggu, yaitu setiap hari senin dan selasa. Selain itu Amarilys Garden melakukan pameran di mall dan pusat perbelanjaan yang berada di sekitar perumahan Amarilys Garden. Amarilys Garden juga mengikuti pameran- pameran properti besar seperti pameran *property expo* yang diadakan oleh bank BTN.

Penjualan personal yang dilakukan oleh Amarilys Garden adalah dengan cara berbicara langsung kepada calon konsumen yang sedang mencari produk rumah dengan menawarkan kepada konsumen yang datang ke tempat pameran atau kantor pemasaran. Berbicara langsung dengan konsumen tersebut yang bertanya mengenai informasi rumah dan menjelaskan langsung mengenai rumah yang dijual dan meyakinkan konsumen untuk membeli rumah.

Dari data yang di dapat dari perusahaan promosi penjualan yang sangat berpengaruh terhadap hasil penjualan adalah pameran. Karena berdasarkan data yang diperoleh penulis dari perusahaan pada tahun 2014 pengaruh pameran terhadap

penjualan sebesar 71% dan pada tahun 2015 62%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pameran sangatlah besar bagi perusahaan Amarilys Garden. Meskipun mengalami penurunan dari tahun 2014 ke tahun 2015 yaitu dari 71% menjadi 62% akan tetapi pengaruh pameran terhadap penjualan rumah tetap selalu diatas 50% pertahunnya. Dari ketiga strategi promosi yang dilakukan oleh Amarilys Garden menurut penulis antara strategi promosi yang satu dengan yang lain sebenarnya saling mempengaruhi, karena pada saat mengadakan pameran harus didukung dengan *personal selling* yang mampu menjelaskan secara baik dan detail kepada calon pembeli sehingga calon pembeli paham akan produk yang dijual oleh perusahaan.

Didapatkan suatu hubungan antara strategi promosi yang dilakukan dengan hasil penjualan per tahunnya, yaitu dengan kenaikan pengaruh iklan dari tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar 10%, dan untuk tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar 17%. Dan *personal selling* mengalami peningkatan dari tahun 2014 sebesar 19% pada tahun 2014 dan 22% pada tahun 2015. Dimana dengan kenaikan Strategi promosi menunjukkan hasil penjualan yang juga meningkat setiap tahunnya. . Jadi setiap kenaikan strategi promosi pertahunnya maka hasil penjualan juga mengalami kenaikan meskipun tidak signifikan, berarti Strategi promosi yang dilakukan oleh Amarilys Garden sudah cukup baik.

B. Saran

Setelah diperoleh kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran berkaitan dengan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan lagi promosi iklan, dan juga *personal sellingnya* serta mengadakan promosi- promosi penjualan berupa *cashback*, dan memberikan hadiah kepada konsumen yang melakukan pembelian tunai. Dan perusahaan seharusnya melakukan *survey* tentang tempat yang di anggap paling baik untuk mengadakan pameran.